

La crisi non si arresta, ma con segnali di ripresa nei consumi e clima di fiducia delle famiglie

Secondo l'indagine congiunturale sul commercio al dettaglio condotta da Unioncamere Emilia-Romagna in collaborazione con Confcommercio Emilia Romagna nei primi sei mesi dell'anno le vendite diminuiscono del 2,8 per cento, rispetto allo stesso periodo del 2008. Per la prima volta anche la grande distribuzione ha accusato un calo.

Nel primo semestre del 2009, gli esercizi commerciali dell'Emilia-Romagna hanno registrato una diminuzione media delle vendite pari al **2,8 per cento**, con una intensità mai riscontrata dal 2000 ad oggi; dato che si aggiunge al fatto che il comparto del commercio si trovava già in una situazione difficile prima della crisi iniziata lo scorso anno. È quanto emerge dall'indagine congiunturale condotta da **Unioncamere Emilia-Romagna** in collaborazione con **Confcommercio Emilia Romagna** su un campione di oltre 500 imprese operanti nel settore del commercio al dettaglio. L'andamento nazionale è apparso ancora più negativo, segnato da una flessione media sul semestre del 4,4 per cento, il calo più vistoso degli ultimi dieci anni.

Anche il settore delle vendite al dettaglio continua quindi a risentire della crisi globale, riflettendo la frenata dei consumi delle famiglie. Un andamento in cui per la prima volta anche la *grande distribuzione* mostra qualche segnale di difficoltà.

Tuttavia, come conferma l'ultima indagine del Centro studi di **Unioncamere italiana** relativa al II trimestre del 2009, le vendite commerciali, pur ancora in calo (-3,8%) rispetto allo stesso periodo del 2008, appaiono in miglioramento rispetto al I trimestre, quando avevano registrato -5,1%. I piccoli esercizi appaiono sempre in difficoltà, mentre nel secondo trimestre 2009, per le grandi superfici si segnala una variazione quasi nulla.

Secondo il presidente di Unioncamere Emilia-Romagna, **Andrea Zanlari**, *“anche per il commercio al dettaglio nel 2009 prosegue il segno meno. La crisi sta investendo, pur se con diversa intensità, le imprese di ogni dimensione e tipologia. In un quadro tendenzialmente negativo, occorre tuttavia evidenziare come le performances dell'EmiliaRomagna risultino però ancora migliori rispetto alla media italiana, a dimostrazione della presenza di un tessuto imprenditoriale forte e combattivo, anche nelle difficoltà, che va sostenuto e stimolato attraverso adeguati interventi di sistema”*.

Intravede una possibilità di rilancio dei consumi, **Ugo Margini**, presidente Confcommercio Emilia Romagna, commentando il rapporto sui consumi elaborato dall'**Ufficio Studi della Confederazione Nazionale**: *“A fronte dei dati relativi al primo semestre 2009 che hanno fatto registrare segnali negativi, riscontriamo oggi alcuni confortanti elementi di ripresa, un quadro che emerge chiaramente dall'indagine congiunturale su Consumi e Prezzi, realizzata dall'Ufficio Studi Nazionale Confcommercio relativa al mese di agosto e confermata dal Centro Studi Confcommercio Emilia Romagna Iscom Group. Per la prima volta dalla fine del 2007 siamo di fronte al terzo mese consecutivo con il segno più; questi segnali hanno bisogno, ora più che mai, di essere sostenuti da ancor più mirate politiche di settore, per uscire presto e bene da una crisi che ha causato la perdita di molti posti di lavoro e che, soprattutto nel commercio, si è fatta sentire mettendo in sofferenza tante piccole e medie imprese.”*

Secondo il presidente Margini *“L'indagine su Consumi e Prezzi, registra soprattutto un **aumento dello 0,6%** in termini tendenziali che consolida l'inversione di tendenza registrata fin da aprile. Segnali di **miglioramento** continuano a provenire anche dalle indagini relative al **clima di fiducia***

*delle famiglie che mostra, nel mese di settembre, un'ulteriore **crescita**, riportandosi sui livelli di inizio 2007. Meno favorevoli - prosegue Margini nella sua analisi - appaiono i giudizi espressi sulla situazione economica da parte delle imprese, sulle quali, evidentemente, non si sono ancora pienamente trasferiti gli effetti del mutato atteggiamento delle famiglie nei confronti dei consumi. In tal senso il clima di fiducia ISAE evidenzia, infatti, un arretramento per l'industria, il commercio ed i servizi nel complesso".*

LE PREVISIONI DELLE IMPRESE

Le previsioni a breve termine, riferite al terzo trimestre del 2009, espresse dagli esercizi al dettaglio, sono infatti apparse improntate ad un certo pessimismo. Il saldo fra chi ha previsto aumenti delle vendite e chi diminuzioni è risultato negativo (-6 punti percentuali), in contro tendenza rispetto alle aspettative moderatamente positive dei primi tre mesi del 2009. Questo andamento è stato determinato dagli esercizi di più piccole dimensioni. La grande distribuzione ha invece previsto di accrescere le vendite nel periodo estivo, ma su toni molto più freddi rispetto alle previsioni formulate nell'anno precedente. Le previsioni sfavorevoli sulle vendite si sono ripercosse sugli ordini ai fornitori. A trascinare verso il basso le previsioni degli ordini ai fornitori sono stati gli esercizi della piccola e media distribuzione, in misura molto più accentuata rispetto al quadro negativo dell'anno precedente. La Gdo è andata meglio, ma in termini assai contenuti rispetto al clima emerso nel secondo trimestre 2008. *"Ora più che mai - sottolinea **Davide Urban, direttore di Confcommercio Emilia Romagna** - occorre sostenere adeguatamente il sistema delle imprese del terziario anche in Emilia-Romagna, affinché le nostre imprese siano in grado di uscire dalla situazione di crisi in cui si trovano oggi ad operare. Al riguardo, in questi giorni, è in discussione la manovra di bilancio della Regione Emilia Romagna: è fondamentale che, a fianco delle misure dirette al sostegno ed alla produttività delle imprese in crisi, si stanino risorse e si realizzino interventi volti a rafforzare i processi di innovazione delle PMI del terziario"*.

Il presidente di Confcommercio, Ugo Margini aggiunge una battuta sul **credito**: *"L'altra leva cui fare riferimento per aiutare le imprese ad uscire da una situazione economica alquanto critica, è indubbiamente la **leva creditizia**. Occorre - evidenzia Margini - che anche gli **Istituti di Credito**, con il supporto delle garanzie dei **Consorzi Fidi**, continuino a sorreggere il comparto del terziario, attraverso risposte efficaci a quelle richieste di **finanziamento** e di **erogazione del credito** sviluppate e promosse da tutte le nostre imprese associate."*

LE VENDITE

Nei sei mesi considerati dall'indagine, sono state le **imprese di minori dimensioni** ad accusare i cali più sostenuti. Per la **piccola e media distribuzione** è stata registrata una diminuzione media pari rispettivamente al 5,4 e 4,7 per cento. La **grande distribuzione**, che in passato aveva spesso compensato i cali delle dimensioni piccola e media, ha registrato una diminuzione media dello 0,7 per cento. Tra i **settori di attività** le maggiori difficoltà hanno interessato il **commercio dei prodotti non alimentari**, che nel primo semestre ha accusato una flessione media del 4,4 per cento, con una punta del 5,6 per cento relativamente ai **prodotti dell'abbigliamento e accessori**. *I cali più vistosi per pescherie, tessili e articoli medicali e sanitari. Le vendite di prodotti alimentari* sono scese del 2,6 per cento, consolidando il trend negativo in atto dalle fine del 2007.

Ipermercati, supermercati e grandi magazzini hanno registrato una sostanziale stazionarietà delle proprie vendite (+0,2 per cento rispetto al primo semestre del 2008), evidenziando comunque una brusca frenata rispetto a quanto emerso nei semestri precedenti.

La consistenza delle giacenze relativa ai primi sei mesi del 2009 si è un po' alleggerita. La prevalenza dei giudizi di esubero rispetto a quelli orientati alla scarsità è apparsa meno ampia rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, mentre è leggermente cresciuta la platea di chi le

ha giudicate adeguate. Le imprese evitano di appesantire le scorte di magazzino, la cui gestione comporta oneri non trascurabili, alla luce del basso profilo delle vendite. A determinare questo andamento sono stati tutti gli esercizi, in particolare quelli della grande distribuzione, la cui quota di giacenze considerate adeguate è stata dell'87 per cento, rispetto al 79 per cento registrato nella prima metà del 2008.

LA DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Per quanto concerne la compagine imprenditoriale del commercio al dettaglio, compresi gli ambulanti a posteggio fisso, è emersa una leggera diminuzione della consistenza delle imprese attive, scese dalle 46.617 di fine giugno 2008 alle 46.480 di fine giugno 2009, per una variazione negativa dello 0,3 per cento.

I SETTORI

Nell'ambito del commercio legato ai veicoli c'è stata una crescita complessiva dell'1,2 per cento, da attribuire principalmente alle imprese impegnate nella vendita di auto e motocicli, mentre è apparso in diminuzione il commercio di parti e accessori di autoveicoli. Segno moderatamente negativo per la distribuzione di carburante, la cui consistenza è scesa da 1.557 a 1.554 imprese.

Negli altri ambiti del commercio al dettaglio, le imprese non specializzate sono apparse in leggero aumento, per effetto soprattutto della ripresa degli esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti non alimentari. Il gruppo più consistente dei non specializzati alimentari è invece rimasto stabile su poco più di 3.700 unità. Negli ambiti specializzati è stata invece registrata una netta prevalenza di segni negativi, che sono apparsi piuttosto accentuati nelle vendite di articoli medicali e ortopedici (-6,9 per cento), "altri alimentari", che comprendono latterie, drogherie ecc. (-5,0 per cento), tessili (-4,5 per cento) e pescherie (-4,2 per cento). I segni positivi sono risultati circoscritti alla vendita di bevande, tabacchi, medicinali e, soprattutto, al commercio ambulante a posteggio fisso, che fa parte del campione congiunturale, le cui imprese attive sono aumentate da 5.341 a 5.624 (+5,3 per cento).

LA COMPONENTE STRANIERA

E' interessante analizzare infine la presenza straniera valutandola sulla base delle cariche rivestite nelle imprese attive iscritte nel Registro delle imprese. I dati in questo caso si riferiscono anche ai riparatori di auto, motocicli e altri beni, oltre ad altre forme di ambulante, in quanto non è possibile scorporare le sole vendite al dettaglio, oggetto dell'indagine congiunturale. Al di là di questo aspetto, emerge un forte segnale della crescita degli stranieri, che si può cogliere pienamente nel lungo periodo mettendo a confronto la situazione di giugno 2009 con quella dell'analogo periodo del 2000. In questo arco di tempo le cariche rivestite dagli stranieri sono aumentate da 2.652 a 8.370, mentre quelle ricoperte dagli italiani sono scese da 89.387 a 82.045, per una variazione negativa dell'8,2 per cento. Nell'ambito dei soli titolari gli stranieri sono passati da 1.718 a 5.922 persone, a fronte della flessione degli italiani da 40.391 a 33.680 persone.

Le nazioni più rappresentate sono risultate Marocco (1.992) e Cina (1.214), che ha fine giugno 2009 hanno rappresentato assieme circa il 28 per cento delle cariche straniere. Seguono Bangladesh e Senegal rispettivamente con 849 e 693 cariche.

Rispetto alla situazione in essere a fine giugno 2000, è da sottolineare il prepotente aumento dei cinesi, le cui cariche sono salite da 138 a 1.214.

Il peso delle cariche straniere sul totale del settore commerciale al dettaglio, comprese le riparazioni, si è attestato al 9,2 per cento, contro il 2,9 per cento di fine giugno 2000.